

## МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНСТРУЮВАННЯ ГЕНДЕРНИХ РОЛЕЙ В СУЧАСНІЙ ПРЕСІ СХІДНОЇ УКРАЇНИ

*Хріпункова Г.Ю.*

*Актуальність.* У сучасному українознавстві питання гендерних досліджень набувають дедалі більшого значення. Найвагомішою підставою для цього, на думку учених, є наявність в сучасному українському суспільстві дискримінації за ознакою статі, яка проявляється у тому, що чоловіки і чоловічі предикати вже давно є домінуючими в українському соціумі, а все жіноче вважається вторинним і неважливим.

Цю тезу доводять дані контент-аналізу преси Східної України, які свідчать: у більшості випадків авторами журналістських матеріалів є чоловіки (з тисячі аналізованих текстів донбаської преси 763 підписані чоловічими іменами і лише 268 – жіночими), а крім того, „журналісти віддають переваги співрозмовникам, фахівцям, головним героям своїх матеріалів частіше чоловічої, аніж жіночої статі” [14, с. 61]. На думку дослідників, цей факт може свідчити про „традиційне блокування жіночого авторитету, свідоме чи підсвідоме ігнорування мудрої жіночої думки” [14, с. 62], яке призводить до того, що на сторінках сучасної преси триває „чоловічий монолог” [14, с. 65], панує „чоловіча думка” [14, с. 65] й „чоловічий ракурс” [14, с. 65]. Безумовно, такий підхід здебільшого зумовлює певний набір гендерних ролей, які за допомогою ЗМІ нав’язуються чоловікам і жінкам і роблять роль чоловіків головною, а роль жінок – другорядною. Прослідкувати це можна на прикладі матеріалів преси Східної України, і *метою статті* є аналіз цих текстів й гендерних ролей, які в них фігурують.

Джерельну базу роботи становить широке коло пресової періодики Донеччини: газети «Донецкие новости», «Жизнь», «Донбасс», «Приазовский рабочий», «Восточный проект», які виходили протягом квітня-червня 2006 року. За даними довідника «4 власть», у Донецькій області налічується близько двох сотень видань загальнообласного або міського масштабу, а також щоденної, щотижневої та щомісячної періодичності. Для нашого дослідження були обрані газети, які представляють кожну з вказаних груп. Так, «Донецкие новости» найбільш яскраво представляють групу щотижневиків, які розповсюджуються по всій області. «Восточный проект» – щотижневик міського значення (північ області – м. Краматорськ). «Жизнь» – щоденна обласна громадсько-політична газета, засновником якої є Донецька обласна рада. «Приазовский рабочий» – щоденне видання міського значення (південь області – м. Маріуполь), а газета «Донбасс» – щоденне видання загальноукраїнського значення.

*Об’єктом дослідження* стали більше тисячі текстів, в котрих перш за все аналізувалися гендерні номінативи, які вживають автори, а також мовні засоби, які використовуються задля характеристик жінок і чоловіків і репрезентації різних гендерних ролей.

В ході дослідження використаний метод контент-аналізу, а також кількісно-тематичний метод і метод деконструкції, запропонований А. Кірпіліною і С. Рудневим – «особлива стратегія відносно тексту, яка включає в себе одночасно і деструкцію, і реконструкцію тексту» [13, с. 16]. Крім цього, у ході дослідження використаний метод систематичного аналізу і метод гендерного прочитання текстів, який ввела до наукового обігу С. Павличко і який полягає у диференціації знань про людину з огляду на належність її до певної гендерної групи.

Цей метод вважається сьогодні одним із найбільш перспективних напрямів у сучасному журналістикознавстві, і саме це обумовлює *актуальність* роботи. Більш того, актуальним є також гендерне дослідження преси Східної України, якого до цього моменту ще не було, хоча донбаські ЗМІ вже давно сформувалися як дуже яскрава медіа-група.

*Постановка проблеми.* Гендерні ролі, як один з видів соціальних ролей, певного набору норм і правил поведінки чоловіків і жінок [10], а також їхні характеристики, походження й розвиток розглядаються в межах різних соціологічних, культурологічних, лінгвістичних, психологічних теорій, але окремого дослідження й систематизації цих ролей, особливо з точки зору українських реалій, зроблено ще не було. Крім того, більшість учених, звертаючись до гендерної проблематики, як правило, підмінюють її «жіночим питанням», «забуваючи» про те, що насправді у суспільній, культурній реальності країни є дві статі і поняття «гендер» (як соціальна модель чоловіків і жінок, яка визначає їх статус і роль у суспільстві) охоплює і жіночу, і чоловічу сторону питання. Наш аналіз в рівній мірі охоплює обидва аспекти, і саме в цьому полягає його новизна.

Існуючі дослідження дозволяють зробити висновок про те, що на конструювання й розвиток гендерних ролей впливають перш за все суспільство й культура, які відображують певний набір уявлень про їхній зміст й специфіку.

Однією з перших цю проблему розглянула М. Мід, яка зробила висновок, що традиційні гендерні ролі «стримують розвиток особистості й реалізацію потенціалу, який є в людині» [1, с. 46]. Ця концепція стала поштовхом для теорії С. Бем, на думку якої людина в процесі історичного розвитку отримує змогу поєднувати в собі традиційно чоловічі й жіночі якості й виконувати як чоловічі, так і жіночі ролі незалежно від своєї статі. Також цю теорію розглядав Плейк, який писав, що кожна людина виконує в своєму житті цілу низку різних ролей [2, с. 111].

У нашому дослідженні ми виділяємо два види гендерних ролей: **традиційні** – ті, що мають досить давню історію вживання і транслюють вікові уявлення народу про призначення чоловіків і жінок у суспільстві, як правило, з точки зору приватного життя (жінка–матір, берегиня, чоловік–господар, годувальник), **нові** – ті, що з'явилися в мові відносно недавно і репрезентують нові суспільні реалії, як правило, з публічної сфери життя (бізнес–вумен, ділова жінка; бізнесмен, політик, лідер). Крім того, вслід за В. Слінчук можна виділити також третій вид – **актуалізовані гендерні ролі** – „традиційні стереотипні найменування, синхронізовані у сучасний дискурс з урахуванням нових семантичних характеристик” [15, с. 104] (партнерка, самка, принцеса; партнер, самець, принц). Але останній вид ролей в аналізованих текстах майже не фігурує.

Як писав соціолог І. Кон, гендерні ролі будуються на системі диференціації статевих ролей: „чоловічі й жіночі функції є перш за все ієрархічними” [11, с. 53], тобто

жінці відводиться залежна роль, зумовлена її „тілесно-гріховним призначенням” [11, с. 53], а чоловік, навпаки, виступає в ролі „головного, лідера” [11, с. 53].

Цю тезу доводить перш за все система представленості жінок і чоловіків у журналістських текстах. Так, чоловіки частіше виступають на політичні, економічні і взагалі серйозні, проблемні теми (71,5% таких статей підписаний саме чоловіками і тільки 28,4% – жінками), а жінки більше обговорюють загальні проблеми суспільства, культури, сімейних відносин (68,5% статей на цю тему підписані жіночими іменами і лише 31,4% – чоловічими). При цьому, як правило, «жіночі» теми в пресі бувають віднесені в кінець номера, як не дуже важливий й актуальний матеріал. Тобто навіть на чисто технічному рівні в українському суспільстві домінує чоловік, а читачі частіше чують чоловічу думку, бо саме чоловіки найчастіше мають змогу її висловити.

Особливий інтерес викликає й контекст згадувань жінок і чоловіків на шпальтах газет. Здебільшого ці згадування, а також використані слова-номінативи і є передумовами конструювання гендерних ролей.

Як показують дані, отримані в ході аналізу, частіше за все традиційні гендерні ролі конструюються навколо образів жінок. У переважній більшості текстів їх найчастіше згадують саме у якості дружини (24% згадувань) або матері (16,5%): *«35-летнюю горловчанку лишили батьківських прав на четверих дітей»* [7, 2006. – 06-12 квіт.]; *«У Наталки... двоє дітей, яких потрібно регулярно кормити, одевати, обувати, вчити, виховувати»* [7, 2006. – 13-19 квіт.]. У той же час головною чоловічою роллю в цьому контексті є роль чоловіка-годувальника, голови родини: *«В наші часи, як і раніше, незважаючи на підступі емансипації і фемінізму, чоловіки довіряють представницям слабого полу: перш за все збереження домашнього вогнища»* [6, 2006. – 19 трав.]; *«домохозяйкам и пенсионерам, в отличие от политологов, мало дела до того, есть политический раскол или его нет. А вот пенсия, цены на продукты, стоимость услуг ЖКХ – это на первом месте!»* [7, 2006. – 6-12 квіт.].

При цьому слід відзначити, що такий набір традиційних «родинних» ролей, які споконвічно нав'язуються жінці, зумовив певний набір понять, які використовують жінки у своєму мовленні. Умовно ці поняття можна віднести до **„категорії домашнього затішки, сімейної гармонії”**. Усього було зафіксовано понад 2 тисячі різновидів цих термінів: *вірність, любов, доля, дім, діти, церква, віра, кухня, домашні секрети, домашня атмосфера, домашні справи тощо*. У той же час чоловіки використовують здебільшого слова з категорій **„війни, боротьби”**: *тактика, протистояння, наступ, ворог, (передвиборчий) маневр, перемога, переможений-переможець, поєдинок, поразка, прорахунок тощо* або **„гри, змагання”**: *сценарій, дійові особи, роль, перемога-програш, козир, ставка, нічия, суперник, команда, гравці, роль та інші* поняття. Усього у „чоловічих” текстах було зафіксовано 3,5 тисячі різновидів цих понять. По суті, в мові чоловіків гра виступає здебільшого як синонім життя, устрою певного суспільства, а війна є лише частиною цієї гри.

Звичайно ж, на відміну від жінки, чоловік у цьому контексті виконує або роль „члена команди”, який „працює в тісній зв'язці” [8, 2006. – 7 черв.] із своїми „однокашниками” [12, 2006 – 28 квіт.], або роль лідера: *„Життя стане краще завдяки турботі гаряче любимого лідера нації”* [12, 2006. – 12 трав.]; *„Президент – суперлідер, решта –...”* [5, 2006. – 11-18 трав.]. Лідерство є головним чинником прагнення чоловіка до першості: *«В ФК «Шахтер» я смогу расти как спортсмен и совершенствоваться как футболист»*

[7, 2006. – 6-12 квіт.]. Найголовнішими ж якостями лідера чоловік вважає наступні: „Лідер повинен мати моральне право бути лідером, він мусить боротися за ствердження державності” [7, 2006. – 13-19 квіт.].

Лідерська роль чоловіка обумовлює й набір нових гендерних ролей, до яких відносяться згадування жінок й чоловіків за професійною ознакою. Перелік професій здебільшого є підставою для класифікації спеціальностей, які в суспільстві на сьогодні вважаються традиційною ознакою фемінінності чи маскуліності. Слід зауважити, що в цьому контексті роль жінки завжди другорядна.

Як можна судити з аналізованих текстів, зараз „найбільш жіночними” донбасівці вважають наступні професії: співачки (30% згадувань), актриси (18%), художниці (13%) і супермоделі (11%), судді (18%), письменниці (4,8%), домогосподарки (12%), вчительки (8%), медсестри (6%), офіціантки (10%), спортсменки (16,5%), секретарки (10%) і журналістки (0,6%). Але у більшості випадків керуючі посади займають виключно чоловіки: у більшості текстів донбаської преси саме по відношенню до чоловіків ми зустрічаємо такі номінативи, як „начальник”, „голова”, „керівник”, „директор” тощо. Подібні терміни біля чоловічих імен зустрічаються у 467 випадках, у той час як жінки, які обіймають аналогічні посади, згадуються на тисячу текстів лише тричі: „головний спеціаліст служби по справах неповнолітніх” [7, 2006. – 13-19 квіт.], „голова Макіївської міської організації Народної партії” [8, 2006. – 1 черв.] і „керівник інформдепартаменту блоку „Наша Україна” [5, 2006. – 18-25 трав.].

Серед політиків в досліджуваній період згадуються лише дві жінки – Юлія Тимошенко й Наталя Вітренко, однак і ці згадування – здебільшого в негативному чи іронічному контексті: «Аналитики до сих пор не пришли к единому мнению, где деятельность Юлии Тимошенко будет более разрушительной – в Кабмине или на Майдане» [7, 2006. – 6-12 квіт.].

На думку авторів матеріалів, такий коефіцієнт „професійної присутності” жінок на шпальтах видань зумовлений перш за все тим, що вони майже ніяк себе не проявили, на відміну від чоловіків. В. Віноградов вважає, що цей гендерний феномен зумовлений низкою причин: екстралінгвістичними – суспільний поділ праці між чоловіками та жінками, домінування чоловічої праці в колі відповідних посад та професій та власне лінгвістичними: суфікси, що означають осіб жіночої статі, обмежені у використанні деякими семантичними умовами і нормами [3, с. 58]. Але, на нашу думку, найбільш прийнятним тут є інше пояснення: „ця мовна закономірність сформувалася ще і під впливом масового соціального стереотипу: професіоналом може бути лише чоловік” [15, с. 109].

На нашу думку, саме стереотип „чоловік = професіонал”, „жінка = домогосподарка” і обумовив те, що у більшості випадків в мові ЗМІ професійні номінативи використовуються виключно в чоловічому роді навіть по відношенню до жінок: «докладчик раздала сей труд другим СМИ» [7, 2006. – 6-12 квіт.], «автор этих строк приглашена прочитать доклад на тему «Влияние политики на содержание газеты» [7, 2006. – 6-12 квіт.], «в своем выступлении лидер БЮТ заявила, что видит исключительно «майданную» коалицию» [6, 2006. – 13 квіт.] тощо. Також в текстах зустрічається досить багато понять, які прямо вказують на чоловічу приналежність. Складається враження, що усе публічне життя суспільства розраховане саме на чоловіків й їхню участь: «Даже школьник увидит, что обращения в этой фразе вообще нет» [7, 2006. – 6-12 квіт.], «это падуно влияет на здоровье не только самого курильщика, но и окружающих его близких некурящих людей»

[5, 2006. – 18-25 трав.], «Если ты – любитель вкусовых ощущений ресторанов фаст-фуд...» [7, 2006. – 13-19 квіт.].

Виходячи з наведених прикладів, ми можемо зробити *висновок*, що основні суспільні реалії Східної України сьогодні будуються з огляду на чоловіків і їхнє життя, що й обумовлює для чоловіка роль суспільного лідера, мета якого – вирішувати найскладніші проблеми країни, у той час як жінка повинна виконувати „домашню”, другорядну роль. У текстах сучасної преси Східної України цей розподіл ролей набуває дедалі більшого значення і вже задає стійкі схеми аналізу суспільного життя: „жінка = кухня+побут+діти” [14, с. 64]; „чоловік = кар’єра, політика, гроші” [14, с. 64]. У зв’язку із цим виникає й звичний розподіл ролей: „чоловік – це уособлення сили, могутності, влади, розуму” [14, с. 64]; „жінка – це лагідність, надійність, певна “обмеженість” сфери інтересів і занять” [14, с. 65].

Слід зазначити, що у сучасній журналістиці цей розподіл ролей поступово набуває ознак типологічності. Це є своєрідним підґрунтям для подальшого вивчення цієї проблеми і аналізу мовних засобів сучасних українських ЗМІ як засобів формування нового українського світогляду й налагодження суспільної, гендерної гармонії, оновлення структури гендерних понять.

### Список літератури

1. Mead M. Sex and temperament in three primitive societies. – New York: Morrow, 1935.
2. Pleck J. The theory of male sex role identity: its rise and fall from 1936 to the present // The making of masculinities: the new men's studies. – Boston: Allen & Unwin, 1987. P. 221-38.
3. Виноградов В.В. Русский язык: Грамматическое учение о слове. – М., 1972.
4. Воронина О.А. Теоретико-методологические основы гендерных исследований // Теория и методология гендерных исследований: Курс лекций / Под общ. ред. О.А. Ворониной. – М., 2001. – С. 13-106.
5. Восточный проект. – 2006.
6. Донбасс. – 2006.
7. Донецкие новости. – 2006.
8. Жизнь. – 2006.
9. Иванова Е.Ф. Гендерные роли // <http://www.owl.ru/gender/041.htm>.
10. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. – М.: Изд-во Института социологии РАН, 1999.
11. Кон И.С. Психология половых различий // Вопросы психологии. 1981. – N 2. – С. 53.
12. Приазовский рабочий. – 2006.
13. Руднев С. Словарь культурных терминов XX века. – <http://www.philosophy.ru/edu/ref/rudnev/contens.htm>.
14. Сидоренко Н.М., Остапенко Н.Ф. „Гендерний монолог” української „урядової преси” // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2002. – Т. 6. – С. 61-65.
15. Сліпчук В. Аспекти лінгвістичної гендерології в ЗМК (конструювання гендерних образів сучасного молодого покоління) // Журналістика. – К., 2005. – С. 103-110.

Поступила до редакції 31.08.2006 р.